

Question d'étiquette :
Pour un étiquetage selon les modes d'élevage
- février 2013 -



L'étiquetage des produits alimentaires est un mécanisme essentiel pour faire évoluer les normes de l'UE, notamment en matière de bien-être des animaux d'élevage. Il permet en effet aux consommateurs de faire des choix éclairés et donne aux producteurs les moyens de différencier clairement les produits plus respectueux du bien-être animal sur le marché. **L'étiquetage permet également de répondre à la demande des consommateurs pour plus de transparence dans la chaîne alimentaire. Ils veulent connaître toute la vérité sur les produits qu'ils achètent.**

CIWF propose une solution simple à travers sa campagne Question d'étiquette : un étiquetage clair selon les modes de production sur tous les produits d'origine animale, basé sur le modèle développé pour les œufs, pour répondre à la question que les consommateurs se posent : « de quel type d'élevage est issu ce produit ? »

Une demande des consommateurs

Les consommateurs ne sont pas **toujours bien informés des modes d'élevage pratiqués aujourd'hui et de leurs impacts** sur le bien-être des animaux. Nous pensons qu'il est important **d'améliorer la transparence et la pertinence** des informations fournies aux consommateurs sur le bien-être animal de façon à ce qu'ils puissent faire des choix éclairés lors de leurs actes d'achat/en magasin.

- 56 % des consommateurs français peuvent très rarement ou jamais identifier facilement, à partir de l'étiquette, si la viande ou le lait qu'ils achètent est issu d'un système de production respectueux du bien-être animal.¹
- 53 % indiquent que les étiquettes actuelles ne leur permettent pas d'identifier des produits respectueux du bien-être animal.²
- 62 % changeraient de lieu d'achat pour acheter des produits alimentaires plus respectueux du bien-être animal.²
- 76 % pensent qu'ils peuvent avoir une influence positive sur le bien-être animal grâce à leur comportement d'acheteur.¹

Malgré la crise économique, la préoccupation relative au bien-être des animaux d'élevage est restée très élevée. Un sondage réalisé en France en janvier 2012 montre que pour 73% des Français les conditions d'élevage des animaux sont un critère de choix dans leurs achats.³ En décembre 2012, ils étaient 75% à affirmer que s'ils étaient davantage informés des conditions habituelles d'élevage des porcs (très intensif, hors sol, avec confinement, mutilations, etc....) ils achèteraient uniquement des produits issus d'élevages respectueux du bien-être animal.⁴

Un étiquetage simple et clair pour les productions extensives et intensives

Nous recommandons un étiquetage basé sur le mode d'élevage. Cet étiquetage permet de répondre à la question principale des consommateurs « de quel type d'élevage est issu ce produit ? ». Un sondage réalisé janvier 2012 en France montre que 85 % des Français pensent que l'étiquetage indiquant les conditions d'élevage de l'animal est important pour les produits carnés et laitiers.³

¹ Special Eurobarometer 229, Attitudes of consumers towards the welfare of farmed animals (Attitudes des consommateurs vis-à-vis du bien-être des animaux d'élevage) – Publié en 2005 – http://ec.europa.eu/food/animal/welfare/euro_barometer25_en.pdf

² Special Eurobarometer 270, Attitudes of EU citizens towards Animal Welfare (Attitudes des citoyens de l'UE vis-à-vis du bien-être animal) – Publié en 2007 http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_270_en.pdf

³ Sondage réalisé par l'Ifop pour CIWF France, janvier 2012.

⁴ Sondage réalisé par Yougov pour CIWF France, décembre 2012

Afin de fournir des informations en toute transparence aux consommateurs, l'étiquetage sur le mode d'élevage doit concerner tous les systèmes de production, extensifs et intensifs – ce dernier étant le mode de production le plus répandu en Europe. En effet, si l'étiquetage n'est que volontaire, il est vraisemblable que seuls les produits obtenus selon des normes plus élevées de bien-être animal seront étiquetés. Pour garantir que la viande élevée de façon intensive soit identifiée comme telle, un étiquetage obligatoire s'avère nécessaire.

L'étiquetage doit être simple et clair, et il doit préciser la principale caractéristique du système de production. Le programme d'étiquetage obligatoire des œufs dans l'UE constitue un précédent réussi pour un tel programme, grâce à des termes courts et facilement compris par les consommateurs.

La voie tracée par la réglementation sur les œufs

Les boîtes d'œufs doivent être étiquetées ainsi : « œufs de poules élevées en cage », « œufs de poules élevées au sol » ou « œufs de poules élevées en plein air » et les œufs doivent indiquer les codes, de 0 à 3, correspondants. L'augmentation considérable de la vente d'œufs de poules élevées en systèmes hors cage dans de nombreux pays de l'UE depuis l'introduction de cette réglementation sur l'étiquetage suggère que les consommateurs réagissent positivement à la mise à disposition d'informations claires sur le mode d'élevage.

En France, les œufs issus de poules élevées hors cage représentent 50,5% des ventes en GMS (en valeur) en juin 2012⁵ et sont le moteur de la croissance du marché des œufs. Au Royaume-Uni, la production d'œufs de poules élevées en plein air en 2011 est passée de 31 % en 2003 à 51 % du marché total des œufs.⁶ Sur la même période, la tendance était également significative dans d'autres pays de l'UE, avec par exemple une augmentation de 57 % du pourcentage total de la production d'œufs de poules élevées en plein air en Autriche, de 24 % en Italie et de 57 % en Allemagne. La réussite de l'étiquetage des œufs est largement imputable au fait que tous les modes de production, notamment les systèmes les moins satisfaisants en matière de bien-être animal, sont identifiables par le consommateur.

Nous pensons qu'il est temps de développer un étiquetage similaire pour les produits carnés et laitiers.

Promouvoir une agriculture durable

L'étiquetage pourrait permettre de promouvoir une agriculture durable et de soutenir les agriculteurs qui sont prêts à investir dans des systèmes de production plus respectueux du bien-être animal. Les consommateurs ont montré qu'ils étaient prêts à payer un peu plus cher comme cela a été vu avec les œufs. Nous pensons que la même chose s'appliquera pour les produits carnés et laitiers.

Mettre fin aux étiquetages trompeurs

Par l'utilisation de mots ou d'images, certaines étiquettes suggèrent que les produits sont issus d'élevages extensifs ou plein air, alors que les animaux peuvent avoir été élevés dans des systèmes intensifs. Ces pratiques d'étiquetages trompeurs sont interdites par la loi mais une meilleure application de la réglementation est nécessaire. Il faut combattre les fraudes et garantir une information fiable aux consommateurs.

Pour plus d'information, contactez CIWF France infofrance@ciwf.fr

Question d'étiquette est une campagne menée par CIWF en partenariat avec RSPCA, la Soil Association et WSPA au sein du Forum sur le Bien-être Animal



⁵ <http://www.lsa-conso.fr/carton-plein-pour-les-oeufs.132491>

⁶ Defra. <http://www.defra.gov.uk/statistics/foodfarm/food/eggs/>